



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA
DISCIPLINA: MONOGRAFIA
PROFESSOR ORIENTADOR: PROF. MSC. MARCO ANTÔNIO R. VIEIRA
ÁREA: GASTRONOMIA E COMUNICAÇÃO

ENSAIO SOBRE A GASTRONOMIA

Ana Carolina Paulino Mattos
RA: 998188/1

Brasília, maio de 2007.
Ana Carolina Paulino Mattos

ENSAIO SOBRE A GASTRONOMIA

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília

Prof . Msc. Marco Antônio Ramos Vieira

Brasília, maio de 2007.

Ana Carolina Paulino Mattos

ENSAIO SOBRE A GASTRONOMIA

Trabalho apresentado à
Faculdade de Ciências Sociais
Aplicadas, como requisito parcial
para a obtenção ao grau de
Bacharel em Comunicação
Social – Habilitação em
Publicidade e Propaganda do
UniCEUB – Centro Universitário
de Brasília

Banca Examinadora

Prof. Msc. Marco Antônio Ramos Vieira
Orientador

Profª Nilza Costa da Silva
Examinadora

Profª Flor Marlene
Examinadora

Brasília, maio de 2007.

Dedico este trabalho a minha mãe, Sônia Paulino Mattos por ser à base da minha existência e me incentivar a cada nova etapa da vida.

Ao meu pai, Roberto Sant'anna Mattos, por estar sempre ao meu lado, me impulsionando a cada decisão.

Ao meu noivo, Luis Fabrício, pelo carinho, apoio, compreensão e amor.

E as minhas amigas, principalmente Érica Neves e Dominique Bordini que disponibilizaram o ouvido para que eu “chorasse” em momentos de agonia e aflição, mostrando que uma am verdadeira vale muito.

AGRADECIMENTOS

Ao Profº Msc. e Orientador Marco Antônio Ramos Vieira, pela garra, motivação, demonstração de apoio e pelo atendimento sempre cordial. E, principalmente, pelo seu entusiasmo frente ao assunto abordado, encorajando-me ainda mais a seguir em frente.

Aos profissionais de gastronomia que participaram de conversas informais, e mesmo atribulados com suas atividades diárias, destinaram algumas horas para colocarem suas idéias e opiniões sobre o tema abordado, enaltecendo a conclusão do estudo.

"A descoberta de uma nova receita culinária é mais importante para a humanidade do que a descoberta de uma nova estrela."

Brillat-Savarin – Escritor e Advogado francês

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo relatar a história da gastronomia, analisando a estética e evidenciando a relação com a Comunicação Social, ressaltando as várias formas de comunicação que são utilizadas no processo gastronômico. O referencial teórico foi dividido em partes: inicialmente apresenta-se a história da gastronomia, partindo da gastronomia mundial, a relação com a história como um todo, as embarcações, o império e a influência em reinados e revoluções. Posteriormente, mostra-se a gastronomia no Brasil, a colonização, o primeiro contato com os índios e do império aos dias atuais. Na sequência a gastronomia na atualidade com a regionalização dos pratos típicos, a influência dos *Fast-Foods* e o novo perfil dos *chefs* de cozinha. Logo após, faz-se a análise da estética influenciando a gastronomia que serve como uma ligação para a finalização do trabalho que é a gastronomia na Comunicação Social, quando enfatiza a comunicação não-verbal e a comunicação das relações sociais que utiliza a gastronomia. Todo o trabalho baseou-se na investigação do referencial teórico a respeito do assunto a ser desenvolvido. O estudo mostra o quão importante é a relação que a gastronomia tem com a história e com a comunicação na conjuntura social .

Palavras-Chave: Gastronomia, Comunicação – Gastronomia, Culinária, Alimentos e História.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 1 - A pré-história	15
Imagem 2 - Três maneiras de Segurar uma xícara de Chinesa	16
Imagem 3 - Recepção na Corte Portuguesa – Séc. XIV	17
Imagem 4 - A Cana -de-Açúcar na América.....	18
Imagem 5 - O Banquete de Casamento Camponês.....	20
Imagem 6 - A indústria de Conserva	23
Imagem 7 - Comida Tradicional de <i>Fast Food</i>	26
Imagem 8 - Comida Servida na rede “Pomme de Pain”	27
Imagem 9 - Antonin Carême	28
Imagem 10 - Ferran Adrià Acosta	29
Imagem 11 - Jamie Oliver	30
Imagem 12 - Pratos servidos no Restaurante El Bulli	31
Imagem 13 - Refeição a Dois.....	32
Imagem 14 - Experimentação	33
Imagem 15 - Abastecimento.....	34
Imagem 16 - Jantar de amigos.....	37
Imagem 17 - Cardápio.....	37

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 JUSTIFICATIVA.....	10
3 OBJETIVOS.....	12
3.1 Objetivo geral	12
3.2 Objetivos específicos	12
4 METODOLOGIA	13
5 HISTÓRIA DA GASTRONOMIA.....	14
5.1 Como tudo começou	14
5.1.1 <i>A relação do fogo no processo culinário.....</i>	<i>14</i>
5.1.2 <i>Das navegações aos banquetes burgueses.....</i>	<i>15</i>
5.1.3 <i>De Napoleão a Luis XVIII</i>	<i>19</i>
5.2 Gastronomia no Brasil.....	20
5.2.1 <i>Descobrimento do Brasil</i>	<i>20</i>
5.2.2 <i>Do Império aos dias atuais</i>	<i>21</i>
5.3 Gastronomia na Atualidade	22
5.3.1 <i>A cozinha regional.....</i>	<i>22</i>
5.3.2 <i>A influência do Fast Food.....</i>	<i>25</i>
5.3.3 <i>O novo perfil do Chef e da Utilização das Mídias.....</i>	<i>27</i>
6 A ESTÉTICA INFLUENCIANDO OS SABORES.....	31
7 A GASTRONOMIA NA COMUNICAÇÃO SOCIAL	35
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	39
9 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	40
ANEXO A	41
ANEXO B.....	42
ANEXO C	44
ANEXO D.....	49

1 INTRODUÇÃO

A história da gastronomia é um tema relevante para entendermos o surgimento de vários costumes. A culinária, em geral, tem como principal preocupação proporcionar o prazer, não apenas saciar a fome. Pode-se identificar na gastronomia várias simbologias e significações. Considerando os diversos viéses, não se pode dizer que cozinhar é apenas juntar uma série de ingredientes, mas sim unir balanceada e harmoniosamente.

A tradição que a gastronomia traz ao longo da história incute diretamente na sociedade, nas raízes, nos hábitos, modos e características.

O primeiro contato com a cultura de um povo, normalmente é feito pela sua gastronomia, e as peculiaridades são transmitidas para as futuras gerações, com tendências a seguir inalteradas por vários milênios.

As relações de convívio social são, na maioria, organizadas por meio de momentos gastronômicos, como jantares, almoços, chás, cafés da manhã. E esses eventos são efetuados para diversos tipos de relações, sejam comemorações, negócios, casamentos, nascimentos, aniversários, ou até mesmo decisões universais, como as negociações de revoluções e guerras.

A Comunicação Social é inserida na gastronomia de vários modos, seja de forma simples, como uma conversa, ou até mesmo pelas facetas da arte gastronômica sendo transmitida pelos princípios da publicidade.

Este trabalho acadêmico busca relacionar a importância da gastronomia na Comunicação Social. Inicialmente aborda a delimitação do tema, justificativa, objetivos gerais e específicos, além da metodologia utilizada para a elaboração desta monografia.

O segundo capítulo trata da história gastronômica mundial. Como tudo começou. Faz-se uma revisão da era do fogo, para se entender como a gastronomia foi introduzida na vida do Homem: os banquetes portugueses e de *Napoleão a Luis XV*.

O terceiro capítulo analisa a Gastronomia no Brasil. Inicialmente considera a chegada dos portugueses e o contato com os índios e alimentos aqui disponíveis; posteriormente mostra-se a história do império, a evolução até os dias atuais.

A *Gastronomia na Atualidade* é comentada no quarto capítulo, que traz esse tópico dividido em três aspectos: primeiramente considera a preocupação em manter a cozinha regional sem perder as características iniciais, logo após, se relata a influência da economia e globalização na gastronomia com a *Influência dos Fast-Foods*; e por fim, *O novo perfil do chef*, onde mostra que esses profissionais estão buscando novos horizontes por meio de programas de televisão e na ousadia de criar pratos elaboradíssimos. Utilizando a Comunicação Social com o uso cada vez mais freqüente de programas de televisão.

A contribuição acadêmica de maior peso neste trabalho está no quinto e sexto capítulos, quando relata que a estética está influenciando os sabores, pois ressalta a beleza e elaboração da estética de um prato, de uma mesa, das distribuição dos talheres e do ambiente que podem influenciar as decisões do ser humano. Essa análise faz uma ligação com o próximo capítulo que fala sobre a Comunicação Social.

Finalizando, mostram-se as relações da gastronomia com a Comunicação Social evidenciando as formas de comportamento, a comunicação não-verbal e as áreas da comunicação que a gastronomia abrange.

2 JUSTIFICATIVA

O desenvolvimento dos seres humanos está vinculado às necessidades básicas, sejam elas físicas ou psíquicas. A alimentação é uma necessidade primordial para a sobrevivência das espécies, sendo assim, percebeu-se que o paladar foi evoluindo com os tempos, o requinte na escolha de pratos e forma de servir vieram com a evolução do Homem e da história.

A significativa importância que a alimentação possui na vida de todos nós, levanta uma grande curiosidade sobre a evolução. Como surgiram certos pratos? Quais experimentos eram feitos? Por que hoje em dia nos alimentamos dessa maneira?

Além dessas indagações, também observa-se a evolução no preparo dos pratos, a arte culinária, a fisiologia do sabor, a evidência em pratos esteticamente bem montados e com aparências incríveis. A tendência da culinária molecular, a influência da correria do dia-a-dia nas formas de vida, costumes e culturas. Estas mudanças comportamentais influem diretamente nas formas como evoluímos e conseqüentemente nos alimentamos.

Desta forma, nota-se como a comunicação tem influência na gastronomia. Quantas guerras e acordos de paz já foram formulados ao redor de um banquete? A linguagem e a forma de expressão da culinária está diretamente ligada às várias maneiras de comunicação, seja a comunicação não-verbal, mostrada com o gosto, do olfato e dos outros sentidos, mas também por meio de uma simples conversa que pode acarretar em diversos significados.

Mas além desse viés, também pode-se perceber que, com a evolução dos tempos utiliza-se as outras maneiras de comunicação em pequenos gestos usuais como o jornalismo, na formulação de um belo cardápio, as relações públicas, na forma de atendimento aos clientes e a publicidade na beleza e combinação dos pratos, cores e texturas.

É relevante ampliarmos a maneira de pensar a gastronomia, pois o seu quesito mais importante, além do fato de simplesmente de alimentar-se, é, com certeza, a questão comportamental, o quanto identificamos um povo pelos

costumes à mesa. Essa diversidade cultural vista historicamente, pode ampliar os horizontes gastronômicos e entrar na comunicação pura e simplesmente.

A Gastronomia é o conhecimento fundamentado de tudo o que se refere ao homem, na medida em que ele se alimenta.
Seu objetivo é zelar pela conservação dos homens, por meio da melhor alimentação possível. (SAVARIN, 1995, pg. 57)

O requinte hoje recriado pelos *chefs* ainda traz o *glamour* da era imperial, onde a quantidade e a variedade de comida representam a riqueza.

A gastronomia é farta de significações, e pode ser desvendada tanto por um bom entendedor de especiarias, quanto pode ser vista através dos tempos como a acompanhante da história moderna. Várias revoluções e hábitos que vieram junto com as mudanças econômicas e tecnológicas podem ser identificadas na gastronomia, que evoluiu para o bem estar dos seres humanos que, inevitavelmente, precisam se alimentar para sobreviver. A necessidade fez a sobrevivência do homem já que somos feitos de carne, de consciência(razão), emoção e, no fim, apenas o instinto de lutar pela vida.

3 OBJETIVOS

3.1 Objetivo geral

Relatar a história da gastronomia, analisando a estética.

3.2 Objetivos específicos

- a) mostrar a história da gastronomia;
- b) expor as características da gastronomia na atualidade;
- c) detalhar a influência da estética na gastronomia;
- d) relacionar a gastronomia com a comunicação social.

4 METODOLOGIA

Para relatar a história da gastronomia, utilizou-se o levantamento bibliográfico que é considerado vital a qualquer estudo acadêmico, embasando com respaldo e solidez as afirmações prestadas. Buscou-se referenciais teóricos com diversos profissionais de ensino, colheu-se indicações capazes de enriquecer o desenvolvimento das idéias e os objetivos propostos. Realizou-se pesquisas em bibliotecas, internet, jornais, revistas, além de entrevistas informais com profissionais da área.

Os temas considerados referenciais foram a gastronomia e as várias ramificações, como: o gosto, o sabor, a alimentação, os aspectos regionais, e culturais ligados a arte no preparo dos pratos e a comunicação por meio da gastronomia.

O levantamento bibliográfico também foi fonte de estudo para mostrar a influência da gastronomia mundial, que teve como foco principal a história como um todo, pois se verificou que a história gastronômica está vinculada à história dos tempos. Uma não pode estar desagregada a outra.

Para expor a gastronomia na atualidade, salientando os *fast foods* e o novo perfil do *chef*, a metodologia utilizada foi mais contemporânea, ou seja, ainda feita por meio de pesquisas e leitura, de conteúdos atuais, como os sites, revistas e reportagens variadas veiculadas em diversos meios de comunicação.

Os principais autores utilizados foram: Maria Leonor de Macedo Soares Leal (2004), Ariovaldo Franco (2001) e Lieselotte Hoeschl Ornellas (2003). Além de, é claro, o grande mestre Brillat-Savarin (1995), autor que foi importante no desenvolvimento do raciocínio inicial do trabalho acadêmico, e cujos ideais estão implícitos nas formas de abordagem.

5 HISTÓRIA DA GASTRONOMIA

5.1 Como tudo começou

5.1.1 A relação do fogo no processo culinário

A história da culinária se inicia quando o homem começa a cozinhar os alimentos se distanciando assim dos outros animais.

Foi com a descoberta do fogo que o ser humano começou a perceber melhor o processo de cocção dos alimentos. Começava aí um retardamento na decomposição dos alimentos e uma grande liberação de odores e sabores em altas temperaturas tornando os alimentos mais digeríveis e saborosos. Notamos aqui a primeira técnica de conservação da alimentação. (LEAL, 2004)

Foi neste período que começam a aparecer os primeiros utensílios de pedra e barro associados à arte culinária. Foram eles que permitiram em primeira instância uma maior diversidade na dieta humana. O preparo dos alimentos agora não se limitava apenas na simples conservação da caça e de uma necessidade de pura sobrevivência humana. Surgem as primeiras criações de molhos, geléias e misturas com ervas/ temperos que apareciam no fundo dos utensílios de barro trazendo sabores, aromas e cores nunca antes imaginados. Com a argila logo surgem os fornos de barro compactados. Eis aqui um dos grandes passos para o avanço das sociedades pré- históricas.

De caçador o homem passa a cultivar a terra. A agricultura nasce quando o homem percebeu que ao enterrar parte dos grãos colhidos este germinava (cerca de 10 mil anos atrás) e se multiplicava. O processo de domesticação de alguns animais, que antes servira apenas como caça, começa a aparecer.

O homem deixa de lado o instinto puramente de sobrevivência e começa a demonstrar seus um primeiro momento de âmbito comercial como criador e produtor de alimentos. O ritmo agora deixava de ser meramente biológico passando também ao ritmo comercial.

Como em qualquer cadeia alimentar e evolutiva as necessidades vão surgindo ao passo de novas descobertas.

Foi assim, com esse aumento na produtividade agrícola que, o homem, armazenando parte da colheita, começa a ter tempo para outras atividades. Foram com os excedentes de alimentos que surgem tantos outros excedentes. A razão e a emoção agora podem fluir livremente. Aqui começa, sem sombra de dúvidas, o desenvolvimento de todos os aspectos da cultura.



Imagem 1 – A pré-história

Fonte: http://basileu.blogspot.com/2007_04_01_archive.html

5.1.2 Das navegações aos banquetes burgueses

Com as grandes navegações marítimas dos séculos XV e XVI, teve início a europeização do mundo, seguida da colonização de porções do globo terrestre, habitadas por populações autóctones. Com a chegada dos europeus às Américas e ao Oriente, por via marítima, começou a se formar uma economia mundo: regiões antes auto-centradas passaram a fazer parte de um circuito geográfico de pessoas e de mercadorias, principalmente de produtos primários (pimenta, chá, açúcar, fumo, entre outros). Vale lembrar que não foi por coincidência que Portugal, principalmente no século XVI foi uma potência naval no mundo (junto com a Espanha). Além de possuir uma localização invejável (na parte mais externa da Península Ibérica, totalmente voltado para o Atlântico), sediava a Escola de Sagres, onde um conjunto de cientistas - geógrafos, cartógrafos, físicos, astrônomos e engenheiros navais - reunia-se para aprimorar mais e mais a técnica de navegação. Essa combinação de

fatores históricos e geográficos permitia que se formasse uma dinâmica rede de fluxos. Mas antes disso o mundo era desarticulado e apenas algumas regiões estavam interligadas.



Imagem 2 – Três maneiras de Segurar uma xícara de Chinesa (Quadro anônimo do Séc. XVIII, reproduzido por cortesia do Victoria and Albert Museum, Londres)
Fonte: FRANCO (2004, p. 182)

No início da idade moderna, séculos XV e XVI, que portugueses e espanhóis começam a explorar os mares nunca dantes navegados, com enormes conseqüências para os quatro cantos do mundo. A gastronomia sofreu tantas mudanças quanto a cultura, a ciência, as artes e outras áreas. Esse período rico em descobertas, idéias e de novos comportamentos foi nomeado como Renascença.

A Renascença busca a exuberância das coisas espelhada na arte e a liberação dos prazeres, podendo ser sentida também na gastronomia. Foram com esses padrões de exigência, que a renascença italiana tomou conta de toda Europa, libertando tantas cores, sabores, requintes, exageros, aromas. As grandes navegações surgem também como uma necessidade pela procura de especiarias e condimentos com valores inferiores aqueles encontrados em Constantinopla dominada pelos turcos. (FRANCO, 2001)

Portugueses e espanhóis lançam as caravelas ao mar em expedições de proporções e valores inimagináveis. Era o momento de catequização,

conquista, colonização, expansão territorial e definitivamente o domínio mundial.



Imagem 3 – Recepção na Corte Portuguesa – Séc. XIV

João de Gaunt, duque de Lancaster, avô materno de D. Henrique, o Navegador, é recebido na corte portuguesa.

(Fotografia da BBC Hulton Picture Library, Londres)

Fonte: FRANCO (2004, p. 103)

Nos portos podia se sentir o alvoroço das embarcações. Só para se ter uma idéia, na segunda viagem de Vasco da Gama à Índia, ele trouxe um carregamento de especiarias que valia muito mais do que toda a expedição. Um momento único de intercambio cultural.

As receitas começam a se modificar, ganhar refinamento, novos condimentos, novas maneiras de armazenamento, novas cores e, molhos que foram introduzidos em novas culturas. Os Deuses e suas oferendas. De certo, eles devem ter sentido também. Afinal tantas inovações, tanta fartura, tantas idéias, tanta tecnologia, tanta colônia para fornecer o inimaginável. Era uma abundância sem fim, era a renascença opulenta, pomposa, mas também traiçoeira aos colonizados. A escravidão toma conta das colônias, a fome invade as cidades e os burgueses agora se tornam donos do mundo junto com os exageros, cobiças. O frenesi do domínio do acúmulo de capital se instala, os festins e banquetes sem hora para acabar se tornam convite de mais um burguês em ascensão, de mais uma demonstração de riqueza. A mesa se

torna, sem sombra de dúvida, o momento maior em termos sócios econômicos de demonstração. Ela se torna alvo de avaliação e de decisão de idéias e de novas conquistas territoriais.

Chega às mesas européias o açúcar, que media o valor / dote de uma família (um grande banquete não haveria de existir sem as iguarias tendo o açúcar e ovos como base). Torna-se mais acessível e barato, graças às plantações de cana - de- açúcar na América, e devido a sua imensa versatilidade foi o imediato substituto do mel.

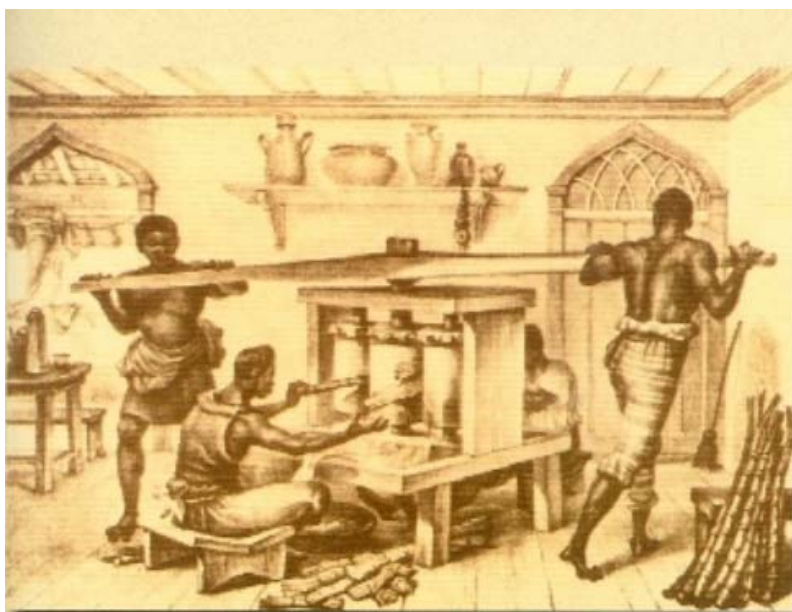


Imagem 4 - A Cana -de-Açúcar na América
(Pequena moenda portátil. Aquarela de Jean-Baptiste Debret, 1768-1848.
Museu Castro Maya, Rio de Janeiro)
Fonte: FRANCO (2004, p. 105)

Não menos importante foi o efeito também que os colonizadores deixaram em suas colônias. No Brasil, por exemplo, temos as bebidas açucaradas e a enorme variedade de doces. Achar também que o famoso azeite- de -dendê é criação brasileira é um ledô engano. Esse foi introduzido por escravos africanos, trazidos pelos colonizadores em sua maioria portugueses e holandeses, na época da colonização / exploração de nosso território em que enviávamos matéria-prima para o Império.

Um ciclo que se estende até os dias de hoje mudando apenas os protagonistas da história. (LEAL, 2001)

5.1.3 De Napoleão a Luis XVIII

A idade contemporânea foi marcada pelo reinado de Napoleão Bonaparte, Imperador da França, que durou quinze anos. O que ele entendia em dominação e expansão territorial deixou a desejar no meio gastronômico. A culinária no período do reinado foi bastante simplória e basicamente não deixou nenhuma contribuição significativa para o avanço da gastronomia. A cozinha francesa tinha como essencial o requinte o qual ele repugnava. A preocupação de Napoleão com o exército era tanta que ele premiou o inventor que criou uma técnica de conservação dos alimentos por longo tempo. Surgiram então as conservas em vidros, evoluindo para os famosos enlatados.

Após Napoleão Bonaparte a França passou pelo período de Restauração.

Reinavam na França Henrique IV e Maria de Médicis, no início do século XVII. Tivram como cozinheiro era o mais famoso *chef* de então, La Varenne, com seu livro *Le Cousinier François* (publicado na Itália, Alemanha, Inglaterra e França), reconhecido como o livro de culinária mais importante do século, além de conter preparações inovadoras sobre pratos e molhos. La Varenne dá início às regras de seqüência de pratos conhecidas até hoje como o serviço de apresentação francesa em restaurantes do mundo inteiro (destacando-se a descoberta do molho *Bechamel*).

A partir deste reinado, as portas para a alta *cusine* se estabelecem novamente e dois importantes governadores surgiram. Luis XVIII que era gastrônomo por natureza e amante de refeições abundantes e demoradas. O seu irmão e sucessor rei Carlos X que era um grande caçador e *gourmet*.

A cozinha burguesa conhece a época áurea nesse período de Restauração francesa. Os *menus* bastante elaborados se espalham pelas esquinas e restaurantes francesas. A tradição e inovações são colocadas a prova. A cozinha burguesa estava em ascensão. Cada restaurante possuía um

grande *chef* desenvolvendo pratos sofisticados e artísticos, combinando o aroma campestre com o refinamento da alta gastronomia.



Imagem 5 - O Banquete de Casamento Camponês

Em oposição às restrições do cotidiano da grande maioria, observa-se a abundância das festas agrárias e dos banquetes servidos por ocasião de bodas e funerais. (Pieter Bruegel, o Velho, 1568, Museu Kunsthistorisches, Viena)

Fonte: FRANCO (2004, p. 112)

5.2 Gastronomia no Brasil

5.2.1 Descobrimento do Brasil

Quando Pedro Álvares Cabral teve o primeiro contato com o solo brasileiro e, conseqüentemente com os índios que habitavam esta terra, ele percebeu que os índios não tinham objetivos comerciais, porém em carta escrita ao Rei de Portugal disse: “A terra é plana e chã e, em tal maneira graciosa que, em que se querendo, dar-se-á nela tudo”.

Segundo Ornellas, não foi difícil integrar a culinária portuguesa, indefinida na origem e simples na essência, com a abundância e a versatilidade natural de que dispunham o índio brasileiro. (ORNELLAS, 2003)

Porém, num primeiro contato, as características de gostos e costumes se esbarraram. Segundo Pedro Álvares Cabral “Deram-lhes ali de comer; pão, peixe cozido, confeito, farteis, mel e figos passados. Não quiseram nada daquilo, se algumas coisas provaram logo a lançavam fora”. (CASCUDO, 2004)

Os únicos “frutos” da terra provados por Pero Vaz de Caminha foram : inhame e palmito. Na realidade tratava-se da mandioca, raiz parecida com o inhame, porém com sabor distinto. A mandioca era utilizada para fazer farinha e o comum beju¹.

5.2.2 Do Império aos dias atuais

A influência da escravidão teve o principal diferencial em relação à culinária brasileira. Os negros africanos, vindos em navios, principalmente de Angola e Guiné, traziam a influência culinária. Assim nascia a cozinha brasileira, fundição entre portugueses e indígenas, num primeiro momento, e, posteriormente, mesclando a culinária africana.

Alguns animais e alimentos foram trazidos pelos portugueses. Pode-se citar: porcos, ovelhas, galinhas, patos, vacas, bois, figo, laranja, limão, melão, uva, cenoura, pepino, agrião, espinafre, coentro, arroz, gengibre e cana-de-açúcar. (LEAL, 2004)

Com a cana-de-açúcar começou a produção de açúcar e, posteriormente, a exportação para a Europa. Os negros, na maioria, trabalhavam nos engenhos e como recebiam uma ração restrita do “dono” para se alimentarem, começaram a buscar opções de alimentos. A partir da farinha de mandioca criaram o pirão, como forma de fazer render aquela pequena porção. Hoje em dia, o pirão foi aperfeiçoado e é prato típico brasileiro.

O arroz, como já citado, foi trazido pelos portugueses, já o feijão era cultivado pelos índios, mas os mesmos não eram grandes apreciadores dessa leguminosa. Foram os próprios brasileiros nascidos no Séc. XVI, que transformaram o feijão no alimento mais popular do Brasil. (LEAL, 2004)

¹ O beju é um dos alimentos tradicionais, assim como o pão e o vinho, mais importante na mesa dos Pankararu, durante a semana santa. É produzido a partir da mandioca, que ao ser descascado, relado, espremido e depois assado, transforma-se em farinha, da massa que é espremida retira-se um caldo, que ao ser decantado, resulta-se em um amido chamado de goma, que servira para preparar a tapiquinha e os bejus. Essa goma ou tapioca, é misturada com coco ou licurí, é enrolada numa palha verde de bananeira e colocada num forno grande de barro da casa de farinha, para ser assado e assim temos o beju de licurí ou de coco. Disponível em: <http://www.indiosonline.org.br/blogs/index.php?blog=5&p=626&more=1&c=1&tb=1&pb=1#more626>. Acesso em:

As comemorações portuguesas de cunho político eram regadas a aguardente nacional e a farinha de mandioca. Os negros, portugueses e mestiços iam aos poucos se proliferando e povoando o território.

No séc. XVIII os fazendeiros iniciaram as plantações de café, cuja expansão ocorreu no século seguinte.

Com a chegada da corte portuguesa ao Brasil no séc. XIX houve uma invasão de ingredientes vindos de Portugal. Com a valorização do azeite doce e do pão de trigo utilizados usualmente.

Com a abolição da escravidão, outras culturas começaram a chegar ao Brasil, influenciadas pela mão-de-obra livre. Assim, as culturas italianas, americanas e dos países da América Central e do Sul foram agregadas à cultura já existente.

A abolição dos escravos foi apenas uma das tantas razões que levaram o império à decadência, o qual foi derrubado um ano depois, em um único e simples golpe militar. Foi declarado o fim da monarquia e o início da República do Brasil, sendo D. Pedro II e toda a sua família exilados para Portugal. (LEAL, 2004, pg. 91)

Atualmente, na República do Brasil, mesmo passadas décadas e com a adoção de posturas de alimentação mais contemporâneas, continua como prato principal o feijão, o arroz, a farinha de mandioca e a pimenta. Provavelmente essa postura alimentar perdurará por décadas, ou até mesmo milênios, pois a cultura de um povo está relacionada diretamente com a gastronomia.

5.3 Gastronomia na Atualidade

5.3.1 A cozinha regional

A gastronomia mundial foi transformada com a globalização. De um lado observa-se a arte da cozinha, praticada pelos grandes *chefs*, por outro, temos as tendências a regionalização.

Vários temperos e especiarias estão à disposição dos cozinheiros em qualquer local do mundo; o açúcar, café e o trigo não pertencem mais a um local específico, são produzidos e exportados. Por isso, o que está ao alcance

do brasileiro está também ao alcance de todos. A tecnologia e a velocidade no desenvolvimento da agronomia e industrialização facilitaram a expansão dos alimentos. As conservas criadas pelos franceses na época de Napoleão Bonaparte são exemplos desta industrialização.

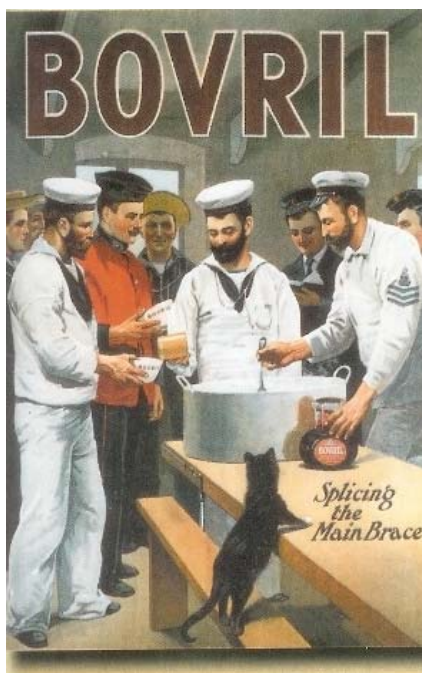


Imagem 6 – A indústria de Conserva

Inicialmente, as conservas eram consumidas sobretudo pelas Forças armadas. A expansão do colonialismo e da Marinha mercante ampliaram o mercado para tais produtos (Cartaz de coleção particular)

Fonte: FRANCO (2004, p. 187)

Igualmente, os meios de transporte e a comunicação tornaram os produtos universais, mas ao mesmo tempo ainda há a preocupação quanto a manter as tradições e costumes no preparo dos pratos regionais. (LEAL, 2004)

Mesmo que alguns pratos tenham sido recriados e a combinação de vários elementos faz surgir novos quitutes, as comunidades locais estão dando valor aos produtos tradicionais.

A tendência da gastronomia mundial é a globalização e, como contra-reação, a regionalização. Trocando em miúdos: ao mesmo tempo em que muitos cozinheiros buscam inspiração na culinária de povos diferentes, outros *chefs* estão pesquisando e fortalecendo as cozinhas regionais de seus países. Cozinhar, hoje, é manter um olho na feirinha da esquina e outro na prateleira reservada aos produtos importados. (Jornal O Globo, 9/11/1997)

Alguns *chefs* consideram que, em se tratando de cozinha regional, os maiores estilos da moderna cozinha estão na cozinha chinesa, italiana e francesa. Tal colocação é explicada, baseada em aspectos históricos. A cozinha chinesa é a mais antiga e pura de todas, proporcionando a leveza e equilíbrio dos alimentos. A italiana, famosa a partir do Renascimento também é rápida no preparo e utiliza basicamente os grãos para o preparo de massas, polentas e risotos. A cozinha francesa, que sofreu uma grande revolução no século XVI, é a cozinha dos *chefs*, porém, atualmente, está passando por uma inovação, e os pratos refletem leveza, pureza, simplicidade e sabor inigualáveis. (LEAL, 2004)

A cozinha regional brasileira é marcante pois cada estado brasileiro apresenta uma peculiaridade oriunda da respectiva colonização, que foram traduzidos em hábitos e costumes tanto nos variados sotaques, quanto também pela culinária.

A geografia e a história podem explicar a principal herança brasileira, que é a culinária portuguesa. A principal característica está na maneira de preparo dos pratos, no uso do doce e do sal, na fritura, nos refogados, cozidos e sopas. Também houve a influência indígena, com a usual farinha de mandioca. Os negros africanos deixaram o inhame, azeite de dendê, quiabo, cuscuz, galinha de angola e melancia.

Dando uma volta geral pelo país, há a cozinha amazônica que, marcante pela origem indígena, a qual utiliza peixes e o aroma de ervas e temperos. A cozinha nordestina, com a carne de sol, a torta de camarão, as casquinhas e patinhas de caranguejo e o famoso arroz-de-cuxá. A cozinha baiana especialmente é repleta de ingredientes nos molhos e cheiros, com destaque para o acarajé, o bobó, o efó, o caruru, moquecas e afins. Em Minas Gerais, o pão de queijo, biscoitos, roscas, queijos, angu, farinha, carne-seca, couve, perdiz, codorna, além do tradicional feijão tropeiro. Na região Sul, o arroz de carreteiro, guisado com charque, mate-chimarrão e o famoso churrasco, tradicionalmente temperado apenas com sal grosso. (LEAL, 2004)

5.3.2 A influência do *Fast Food*

A modernização nos processos de armazenamento de alimentos e a própria evolução tecnológica, que atingiu praticamente todos os setores da economia mundial, influenciaram nos hábitos alimentares e na estrutura da vida familiar.

A evolução nas formas de armazenamento, progressos na zootecnia, na pasteurização, nos equipamentos e formas de mecanização nas cozinhas e nas indústrias de alimentos transformaram o rumo da história da gastronomia. Com isso, o ritmo de vida já não era mais o mesmo e exigiam-se refeições mais rápidas. (FRANCO, 2001)

Esses fatores, juntamente com a chegada do transporte aéreo, integram a cozinha mundial, onde as peculiaridades regionais dão espaço ao avanço nos cortes de carne, a proliferação do *hot-dog*, do *hambúrguer* e das *steak-houses*.

Enquanto os cafés franceses fechavam, o fenômeno do *fast-food* iniciava a trajetória. Franco diz que:

O fast-food não pode ser considerado, como querem alguns, mero indício de regressão gastronômica, pois apresenta um aspecto funcional inegável: satisfaz a necessidade atual de rapidez e responde à demanda de relações impessoais decorrentes da cultura urbana e de seu ritmo. (FRANCO, 2001, pg. 239)

Outros fatores que tornam primordiais para a proliferação dos fast-food são as relações dos jovens, a autonomia e emancipação. Também a distância da casa e do local de trabalho, o que pode ser observado pós -revolução industrial. Segundo Carneiro (2003), o império do microondas e a velocidade com que as famílias fazem as refeições, tornam a cada dia mais freqüente a “alimentação rápida” e a beliscada em lanchonetes e *fast-foods* simbolizando a nova relação dos horários e rituais da comida. Para o autor:

A rotinização entediante da vida cotidiana provocada pela cultura do *fast-food*, as flutuações dos horários das refeições e do simbolismo nelas investido, a constituição dos papéis sexuais e das diferenciações de gênero em torno da organização social da comida, especialmente por meio da feminização das tarefas da cozinha, são, entre tantos outros aspectos, rico material indispensável para as

análises sociológicas de distintos grupos humanos. (CARNEIRO, 2003, pg. 19)

A *McDonaldização*, como é chamada essa postura da sociedade em relação a esse período histórico, que alia as necessidades do ser humano com as suas manifestações culturais. Esse termo é utilizado porque, dentre outros aspectos, como por exemplo, a popularidade da marca, a empresa é a pioneira do gerenciamento científico e desde o início soube aperfeiçoar os princípios da racionalização do trabalho enunciados por Frederick Taylor e por Henry Ford. Ou seja, é considerado um exemplo de mecanização dos procedimentos adotados na empresa. (FRANCO, 2004)



Imagem 7 - Comida Tradicional de *Fast Food*

Fonte: www.fabfoodpix.com (2007)

Porém, à medida que cresce o número de *fast-food*, cresce também o número de menores obesos e pessoas com problemas de saúde ligados diretamente à alimentação decorrente da ingestão de alimentos gordurosos, sem seguir dietas balanceadas com os nutrientes que o corpo necessita.

A resposta francesa às empresas de refeições rápidas americanas, veio do jovem *chef* Pierre Truchet, que, junto com outro compatriota, aliaram-se para criar duas redes “anti-hambúrgueres”, nas lojas “Pomme de Pain” e “Aubépain”. Nessas, são servidos variedades de sanduíches a base de produtos tradicionais franceses, assim como saladas, quiches e tortas. A rede conta com cinquenta e cinco lojas da “Pomme de Pain” e quinze da “Aubépain”.



Imagem 8 - Comida Servida na rede “Pomme de Pain”

Fonte: <http://www.pommedepain.fr/> (2007)

5.3.3 O novo perfil do *Chef* e a Utilização das Mídias

O período de surgimento dos *fast-foods* e a *McDonaldização* não foi muito promissor para os grandes *chefs*. Não que a requintada cozinha francesa estivesse extinta e que não havia a procura desejada, não se tratava disso, porém se for comparado o período histórico do surgimento da gastronomia aos dias atuais pode-se observar alguns aspectos importantes.

Inicialmente, percebe-se a necessidade humana de alimentar-se, porém sem necessidade de requinte ou combinação de ingredientes. Mas a humanidade ia aos poucos experimentando sabores e formando culturas.

Logo em seguida, na época dos impérios, os grandes recursos financeiros propiciavam aos reis que tivessem a cozinha rica e variada. Alguns, inclusive, investiam em grandes expedições para que os cozinheiros descobrissem iguarias e lhes proporcionassem banquetes homéricos e fartos. Na idade Média, a noção de gastronomia era diferente. Os ricos davam um maior valor ao uso de especiarias² a apresentação dos pratos, do que a própria preparação. As especiarias eram, inclusive, um meio de distinção social.

Um reconhecido *chef* desta época, foi Antonin Carême, e uma biografia atual conta a fantástica história da vida do cozinheiro dos reis e o rei dos

² A palavra especiaria vem do latim *Species*. Denota produtos que, pelo seu caráter exótico, preço e raridade, eram considerados especiais. Para os europeus de então, com noções geográficas ainda muito vagas, a origem das especiarias era misteriosa. Muitos acreditavam que elas vinham diretamente do éden. (FRANCO, 2004, pg. 89)

cozinheiros, como era conhecido. De órfão abandonado nas ruas de Paris, Carême tornou-se o *chef* preferido da nobreza do século XIX, servindo de Napoleão aos czares da Rússia. A fama correu a Europa, e as criações são hoje clássicos indispensáveis da gastronomia internacional.



Imagem 9 -Antonin Carême

Fonte: http://pt.wikipedia.org/?title=Antoine_Car%C3%AAm%C3%A9(2007)

Segundo, Leal (2004), outros *chefs*, fizeram fama também em terras brasileiras:

Aqui no Brasil, muitos *chefs* franceses acabaram se radicando no Brasil, à frente das cozinhas dos melhores restaurantes do país, como foi o caso de Paul Bocuse, Laurent e Troisgros, que revolucionaram a cozinha francesa e brasileira. Esses chefes foram os pioneiros na combinação do melhor da cozinha clássica com o exotismo dos trópicos. E acabaram criando novidades incríveis, misturando ingredientes que os comuns mortais nem se aventurariam a pensar, mas que acabamos apreciando e valorizando. (LEAL. 2004, pg. 100)

Já no século XX, como explicado no capítulo anterior, a mecanização dos processos e a influência da globalização no cotidiano das pessoas fizeram com que o ritmo de trabalho aumentasse e interferisse nos hábitos alimentares. Com isso, surgem os *fast-foods*, que objetivam a alimentação instantânea, rápida, sem que o cliente possa saborear e degustar o alimento com o devido tempo para apreciá-lo.

Gradativamente, e novamente sendo abordado como um processo social, a gastronomia do século XXI refaz-se em torno das peculiaridades regionais e dos prazeres da mesa, que apenas um bom *chef* pode proporcionar. Os *fast-foods* não deixam de existir, mas a distinção de parâmetros sociais ainda é um forte pretexto para que a sociedade “burguesa” se diferencie dos demais, utilizando os melhores restaurantes para saciar a fome social. (FRANCO,2001)

Além do glamour, requinte e bom gosto, a sociedade descobre que a alimentação saudável deve ser levada a sério. Surgem vários documentários, livros e filmes questionando a qualidade da comida “*fastfoodiana*”. Com isso o estresse do *boom* do novo milênio está em aproveitar os momentos de folga e apreciar a boa culinária.

Assim, surgem certos gênios na arte e preparação dos pratos. Pode-se citar como um fenômeno, o renomado cozinheiro espanhol, Ferran Adrià Acosta, que atualmente é *chef* do Restaurante El Bulli situado na costa espanhola, na Catalunha, considerada a meca dos *gourmets*. O passo inicial foi quando tornou-se um expoente da “gastronomia molecular”, onde, ousadamente, vem experimentando novas tecnologias e inesperadas texturas e sabores. Para aflorar tanta criatividade, Adrià conta com seis meses de preparação, além de um ambiente específico, chamado El Taller. Esse centro nevrálgico possui uma espécie de atelier-laboratório que, além de uma cozinha com alta tecnologia e sofisticação, possui biblioteca e capela.



Imagem 10 - Ferran Adrià Acosta

Fonte: http://blogs.abc.es/index.php/gastronomia/2006/05/11/remate_en_can_roca

Adrià costuma elaborar novos conceitos e técnicas. Descobertas frias e calculistas, aliadas à sensibilidade e criatividade, do restaurante um grande sucesso. Outro aspecto interessante é como as inovações se transformam em marketing, o que alimenta ainda mais as vendas e financia mais investigações na arte culinária. (DÓRIA, 2006)

O estrelato dos *chefs* faz com que, além de possuírem restaurantes famosos e trabalharem com listas de espera longas - tamanho é o prestígio- também atuem diante das câmeras em programas de TV sofisticados, não lembrando em nada aquelas “amélias” que ensinavam os pratos caseiros nas décadas de 70 e 80.

Um exemplo é o programa do jovem cozinheiro Jamie Oliver. Esse inglês, nascido em 1975, é um *chef* de cozinha reconhecido principalmente no Reino Unido. Oliver é conhecido pelo uso de alimentos naturais e orgânicos e pelo Restaurante *Fifteen*, um projeto destinado a dar oportunidade de treinamento e carreira na gastronomia a jovens com desvantagens sociais, que foi acompanhado por um documentário na televisão. No Brasil, pode-se acompanhar o programa pelo canal GNT.



Imagem 11 - Jamie Oliver

Fonte: <http://origin-www.britishcouncil.org/es/print-page?id=202078> (2007)

Os programas atuais evidenciam que a cozinha não é um lugar estritamente feminino, como o machismo impunha, mas coloca a culinária com mais profissionalismo sendo comandada por um *chef* de cozinha. Estes programas são o reflexo da economia mundial, onde as famílias não têm tempo para uma refeição juntos, e onde o grande número de solteiros busca a cada

dia uma maneira mais rápida de se alimentar. Os programas atuais mostram pratos fáceis de fazer e propõem a todos os telespectadores que eles mesmos podem “botar a mão na massa” e produzirem alimentos saudáveis e de fácil elaboração, evitando as tradicionais gorduras que os *fast-foods* sugerem como cardápio.

6 A ESTÉTICA INFLUENCIANDO OS SABORES

A arte na preparação dos pratos de uma maneira sublime faz dos *chefs* verdadeiros artistas. O trabalho vinculando a combinação de sabores e a provocação visual, aguça os mais variados paladares e instigam a curiosidade humana em desvendar os mistérios de cada prato.

A arte culinária ultrapassa barreiras, cria formas inesperadas e traduz a essência de cada especificidade incluída no preparo do alimento. Não se vende apenas a comida, mas cria-se nas entrelinhas um ar de suspense e leveza, formando um clima de expectativa a cada garfada.

A mensagem que a arte culinária pretende buscar não é a necessidade de consumo daquele alimento, mas o subconsciente deve perceber que a apreciação daquela iguaria torna-se inevitável para o bem-estar, ou seja, o cliente entra numa teia invocada pelo marketing subliminar. Ele acha que necessita daquilo para sobreviver, mesmo que esse sentimento seja apenas psíquico e não represente a realidade.



Imagem 12 - Pratos servidos no Restaurante El Bulli

Fonte: www.elbulli.com (2007)

A gastronomia sempre influenciou o ser humano na forma comportamental. Ela incentiva as relações humanas, une as pessoas, em especial nas comemorações, confraternizações, seja um aniversário, um casamento, uma data marcante, ou simplesmente para reunir a família ou os amigos. É comum convidar as pessoas próximas para um almoço ou um jantar e o anfitrião é motivado pela gastronomia para atender bem os convidados.

Para Brillat-Savarin (1995), a gastronomia reúne a sociedade e busca diminuir as desigualdades:

A gastronomia é um dos principais vínculos da sociedade; é ela que amplia gradualmente aquele espírito de convivência que reúne a cada dia as diversas condições, funde-as num único todo, anima a conversação e suaviza os ângulos da desigualdade convencional. (SAVARIN, 1995, pg. 143)

O autor também salienta a importância da gastronomia até mesmo na felicidade conjugal. Para ele, mesmo se os casais dormirem em camas separadas, eles ao menos terão de se encontrar à mesa, falarão do que comeram ou do que vão comer. Claro que a visão de Brillat-Savarin é de outra época, pois hoje em dia as formalidades não exigem que os casais nem ao menos comam na mesma mesa. Porém, se existe alguma briga ou mal entendido, admite-se que a gastronomia é um fator agregador e até mesmo reconciliador.



Imagem 13 -Refeição a Dois

Bank Holiday, 1912 – Tela de William Stang (1859-1921, Tate Gallery, Londres)
Fonte: FRANCO (2004, p. 99)

Quando se quer agradar as pessoas, normalmente a “pegamos pelo estômago”. É comum fazermos algum prato com carinho, pensando no que a pessoa gosta, simplesmente para agradá-la. Portanto, é inconfundível afirmar que a gastronomia é uma forma de reunirmos, agregarmos, acolhermos uns aos outros.

Diante da mesa discutem-se assuntos diversos, desde domésticos até grandes negócios, utilizando assim a gastronomia para a comunicação ou vice-versa.

Dentro desse contexto deve-se enfatizar que a boa apresentação nas refeições é importante para que a apreciação seja completa, sentindo os sabores, apreciando os detalhes e distinguindo os temperos.

A estética do gosto evolui com a história. Quando se sente o “prazer” em comer, vários sentidos são aguçados. Primeiro a visão, que diagnostica se o alimento é aprazível visualmente, porém deve-se lembrar que o gosto é refletido pela pré-existência, ou seja, para outros povos que nunca experimentaram uma feijoada pode lhe parecer com um aspecto estranho e não lhe remeter a mesma “beleza” que proporciona para os brasileiros. Posteriormente, o olfato, audição (se é crocante) e, por fim, o paladar.



Imagem 14 - Experimentação

http://www.wakefield.k12.ma.us/lunch/web_lunch/000438FE011EDDA6.0/12282004_33804_0.jpg (2007)

A palavra estética vem do grego *aisthesis* e representa a “faculdade de sentir”. Por isso pode-se interpretar que a culinária estende-se para a arte, para outra dimensão de valores e significações. As imagens produzidas pelos pratos produzem percepções. É comum a expressão “estamos com água na boca”, porque visualmente interpretamos um belo prato e transformamos isso em reações olfativas que nos fazem salivar, ou seja, o desejo de experimentar o alimento, pois antes mesmo de prová-lo já imaginamos qual será o gosto.

Para Brillat-Savarin (1995), a análise da sensação do gosto deve ser a mais completa possível, desde a influência do olfato até a sensação de prazer que o alimento transmite ao chegar à boca:

A sensação *direta* é aquela primeira impressão que nasce do trabalho imediato dos órgãos da boca, enquanto o corpo apreciável se acha ainda na parte anterior da língua.

(...)

Enfim, a sensação *refletida* é o julgamento feito pela alma sobre as impressões que o órgão lhe transmite. (SAVARIN, 1995, pg. 47)

A gastronomia sempre teve o fator de requinte, de mostrar posses, e como agente social e cultural foi um modo da sociedade evidenciar o poder aquisitivo. Inclusive, certos indivíduos para mostrarem sua posse utilizam a gastronomia para “enganar” a sociedade e tornarem-se evidentes na alta classe social.



Imagem 15 -Abastecimento

Um supermercado nos Estados Unidos, diz Margaret Visser, é ao mesmo tempo mercado, palácio, templo e passarela. É a expressão e símbolo das metas da sociedade norte-americana.

(Supermarket Lady. Escultura de Duane Hanson, 1970, reproduzida por cortesia de Neue Galerie, Sammlung, Aachen)

Fonte: FRANCO (2004, p. 187)

A teoria da comunicação, dentro da Escola de Frankfurt menciona uma teoria chamada *fetichismo da mercadoria*. Para Theodor Adorno, filósofo e sociólogo alemão, o dinheiro define e domina as relações sociais. Essa idéia, oriunda de Marx, refere-se ao valor de uso ao benefício do bem, isto é, o valor prático e utilitário. O valor de troca (o marketing, o *status* associado ao produto) predomina sobre o valor de uso. Ainda segundo Adorno, mais importante de que gozarmos de um espetáculo musical em si é ostentarmos seu valor de troca, isto é o preço e o valor atribuídos ao evento pelo mercado. (STRINATI, 1999)

Trazendo esta teoria para o assunto abordado, entende-se que ir a um bom restaurante, representa que temos dinheiro, porém o mais importante (segundo a teoria) não é o prazer que o prato vai proporcionar, mas sim a significação de poder e luxo que freqüentar aquele ambiente representam perante a sociedade.

7 A GASTRONOMIA NA COMUNICAÇÃO SOCIAL

A comunicação é feita de várias maneiras, desde o início dos tempos por meio de desenhos representativos em pedras, do fogo, da fumaça, de símbolos, gestos, toques, tons, sabores, sentidos e, expressões.

Ela pode ser dividida em verbal e não-verbal. Em latim verbal significa palavra, porém observa-se que não é apenas com as palavras que podemos nos comunicar. Podemos nos expressar com posturas corporais, imagens, cores e sinais. Existe um resgate feito pela comunicação, a partir da utilização maciça de recursos audiovisuais. Assim, o marketing utiliza a comunicação não-verbal como forma de persuadir, encantar e atrair.

A arte na gastronomia está especializando-se neste tipo de comunicação, seja ela visual, olfativa ou gustativa. A combinação de texturas, sabores e cores estimulam a experimentação. O prazer estético pode ser percebido nos detalhes da arrumação da mesa, na distribuição dos talheres, além de, é claro, na apresentação do prato, com formas e cores apetitosas.

“A gastronomia é uma forma de comunicação” (ALCURE, 1996). Cada região tem a própria cultura, o código culinário peculiar, o modo diferenciado de servir cada alimento. A gastronomia une os povos e evoca a participação de todos.

A sensibilidade do paladar junta-se ao olfato, ao tato e à visão. Dessa forma, a arrumação dos pratos e seus enfeites despertam também o prazer estético. O que significa que as refeições não são apenas questão de sobrevivência, mas ocasiões de trocas simbólicas para os participantes. Tanto que difícil encontrar pessoas que gostem de comer sozinhas. (ALCURE, 1996, pg. 32)

A gastronomia é uma forma de comunicação. Quantas vezes sentam-se à mesa para efetuar negociações que pode ser um acerto de negócios, uma negociação de divórcio, a comemoração de uma vitória ou até mesmo os parâmetros para o início de uma guerra. Portanto, além de remeter a forma não-verbal, a gastronomia também participa da comunicação em um sentido mais amplo e simples com o diálogo, a troca de informações e a conversa; que pode levar a grandes decisões.



Imagem 16 – Jantar de amigos

Fonte: http://www.radisson.com/rad/images/hotels/TNNASHOP/food2_450.jpg (2007)

Observa-se também que os restaurantes utilizam a Comunicação Social nas quatro divisões: o jornalismo, a publicidade e propaganda, as relações públicas e o marketing.

Quando se entra em um restaurante, um dos primeiros contatos que se tem é com que é servido naquele estabelecimento. Tal material, o cardápio, tal material nada mais é do que um informativo bem elaborado contendo o que está à disposição do cliente. Este “folheto” ou “cartilha” pode ser interpretado como um “jornal”, ou melhor é nele que vemos a forma de comunicação que o estabelecimento presta. Quando se depara com um cardápio sujo, com letras miúdas de difícil compreensão, ou pior ainda, com erros de português, já se imagina o que tem por trás daquelas percepções.



Imagem 17 – Cardápio

Fonte: <http://www.tendai.com.br/Cardapio.jpg> (2007)

Na publicidade e propaganda, além da divulgação dos restaurantes que buscam surpreender pelos ambientes belos e aconchegantes, também há a preocupação com a beleza dos pratos, a variação de cores, a distribuição de cada item, buscando o equilíbrio e aguçando o paladar.

Na profissão de relações públicas têm-se a preocupação com o atendimento, “o cliente em primeiro lugar”. Para aferição de tal objetivo, existem pesquisas de opinião realizadas após o atendimento, buscando saber qual o nível de satisfação do cliente. Porém há ainda a imagem do estabelecimento frente aos outros públicos que a empresa está inserida, o interno, os fornecedores, os prestadores de serviços, a concorrência, a imprensa, entre outros.

O marketing utiliza de recursos variados, possibilitando ao cliente escolher o que mais lhe agrada ou simplesmente provocando-o a uma experimentação do novo. Para Maricato (2005) o marketing não cria uma necessidade, mas sim, o desejo.

O marketing ajuda o consumidor a comprar. Isso é fácil de ser entendido no ramo de restaurantes. O empresário aprende, na prática, que não basta oferecer um bife ao cliente. É essencial o aroma da comida, a estética do prato, o calor humano no atendimento, o ambiente agradável. Se quisesse somente comer e beber o cliente compraria os produtos no supermercado e resolveria tudo em casa, gastando bem menos. (MARICATO, 2005, pg. 16)

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diferente de outras artes, a culinária não é estática, ela muda de acordo com a evolução dos seres humanos e de várias transformações da sociedade. As cozinhas regionais e mundiais são uma miscigenação de cultura, agregando valores aos hábitos e proliferando as peculiaridades em cada prato.

As importantes mudanças das últimas décadas como a industrialização dos alimentos, as evoluções de transporte e distribuição, a internacionalização do comércio, a diversificação de produtos - hoje consumidos mundialmente - alteraram a maneira como nos alimentamos.

A globalização e as influências da tecnologia e da economia desencadearam uma reestruturação familiar e comportamental com a alimentação. O advento dos restaurantes, a expansão dos *fast-foods*, a difusão de produtos congelados e em embalagens unitárias, são processos oriundos de modos de vida que foram sendo adaptados do cotidiano.

Estes aspectos mostram que a comunicação também evoluiu e a forma como a gastronomia está inserida na comunicação também tiveram alterações compatíveis com a época e evolução das relações de contato.

A importância da gastronomia está ligada diretamente aos aspectos gerais da comunicação humana, quando nos referimos à cultura e sociedade e nos deparamos com a sensibilidade de expressão.

A arte culinária está sempre representada por mínimos detalhes que transcendem o entendimento real. É necessário que as percepções sejam implícitas de desejo, sabor, toque, mas, além disso, é imprescindível que possam representar a comunicação.

As relações humanas comportamentais estão ligadas diretamente aos princípios básicos de boa educação e são pré-requisitos para os relacionamentos humanos. Estes relacionamentos precisam de ações de comunicação para existir. Portanto, para que os seres humanos estejam em sintonia e possam evidenciar comportamentos com a utilização de artimanhas para fundir os relacionamentos, a gastronomia é o início. Por isso, nada melhor do que celebrar a vida com os amigos e interagir ao redor de uma mesa de jantar bem posta, unindo a comunicação à gastronomia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALCURE, Lenira, FERRAZ, Maria N. S., CARNEIRO, Rosane. **Comunicação verbal e não-verbal**. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 1996.

BARES E RESTAURANTES. **O encontro da gastronomia brasileira**. 52 Ed. Ano 10. São Paulo: Abrasel (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes), 2006.

CARNEIRO, Henrique. **Comida e Sociedade: uma história de alimentação**. 2.Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CASCUDO, Luis da Câmara. **História da Alimentação no Brasil**. 3. Ed. São Paulo: Global, 2004.

DORIA, Carlos Alberto. **Ciência do Gosto**. Disponível em: <http://www.bravonline.com.br/impressa.php?edit=ap&numEd=108>, Revista BRAVO, 2006.

FRANCO, Ariovaldo. **De caçador a gourmet: uma história de gastronomia**. 3. Ed. rev. e ampl. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2004.

LEAL, Maria Leonor de Macedo Soares. **A História da Gastronomia**. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2004.

MARICATO, Percival. **Marketing para Bares e Restaurantes**. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2005.

ORNELLAS, Lieselotte Hoeschl. **A alimentação através dos tempos**. 3. Ed. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2003.

SAVARIN, Brillat. **A fisiologia do gosto**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

STRINATI, Dominic. **A Escola de Frankfurt e a indústria cultural**. São Paulo: Hedra, 1999.

ANEXO A

Marie-Antoine Carême ou *Antonin Carême* ([8 de Junho, 1784](#) – [12 de Janeiro de 1833](#)) foi um cozinheiro francês, criador da *haute cuisine*.

Expandiu esse legado e transformou o molho no núcleo central da cozinha francesa. Aprimorou, também, a pastelaria, fixando o comportamento da cozinha moderna (no que tange à higiene e às roupas utilizadas) e inventou panelas e utensílios diversos. Foi cozinheiro do famoso diplomata Talleyrand, tendo preparado, inclusive, o banquete dos aliados durante o [Congresso de Viena](#), em [1814](#). Era conhecido como o *rei dos cozinheiros e o cozinheiro dos reis*.

Antonin Carême foi o primeiro chef a se tornar uma celebridade - e a cobrar muito caro por isso. A saborosa biografia escrita por Ian Kelly, ator e gourmet que já viveu Carême no palco, reconstitui a vida do menino órfão, que foi abandonado à própria sorte nos tumultuados anos da Revolução Francesa, e acabou se transformando no cozinheiro preferido de políticos como Napoleão e o czar Alexandre e milionários como o casal

Rothschild.

Conhecido como "cozinheiro dos reis e rei dos cozinheiros", Carême soube entender como poucos a transformação pela qual passava a França depois da Revolução e, sobretudo, depois dos sangrentos anos do Terror instaurado pelo governo jacobino. Desde a euforia coletiva com que tinha saudado a queda de Robespierre, em 1784, Paris tentava se reinventar como a "Cidade Luz" e a capital da comida. E chegaria assim ao século XIX, com a colaboração fundamental de Carême. Metódico, mas profundamente criativo, ele era um apaixonado por sopas - criou centenas de receitas delas - mas ficou mais conhecido como pâtissier. Tinha obsessão por arquitetura e costumava criar sobremesas feitas de açúcar que tinham a forma de templos gregos ou igrejas e decoravam as mesas das recepções reais. Aperfeiçoou a massa folhada - criou o vol-au-vent - e também foi um mestre em pratos frios, doces ou salgados.

Inventou ainda a estrutura de cardápio que conhecemos hoje - com entrada, pratos principais e sobremesa - e também popularizou o serviço russo, em que o comensal recebe um prato de cada vez. Antes dele, todos os pratos eram dispostos num confuso sistema de bufê. Foi o primeiro a chamar o que fazia de *nouvelle cuisine*, termo que, até hoje, é usado para classificar toda grande ruptura no meio gastronômico. Carême - que morreu aos 48 anos, envenenado pela fumaça de carvão dos fogões - foi o pioneiro da nouvelle cuisine com muita justiça: a mesa nunca foi à mesma depois dele. Belamente ilustrado, o livro traz um pequeno glossário de termos da culinária e uma seleção de receitas que dão ao leitor a chance de provar os sabores e aromas das mesas reais.

"Ricamente ilustrado com pinturas, desenhos, menus e receitas, escrito com elegância e inteligência, *Carême, Cozinheiro dos Reis* oferece uma divertida e esclarecedora visão de uma era turbulenta, em que conviviam revolução, reação, elegância e excessos." Merle Rubin, *Los Angeles Times*

ANEXO B

Ferran Adrià Acosta é um cozinheiro [espanhol](#) nascido em [14 de Maio](#) de [1962](#) em [L'Hospitalet de Llobregat](#), [Barcelona](#), [Catalunha](#), na Espanha. Famoso [chef](#) do Restaurante El Bulli em [Roses](#), na [Costa Brava](#), [Catalunha](#) (Espanha).

Ferran Adrià começou a cozinhar em [1980](#) devido ao seu emprego como lavador de pratos no Hotel Playafels em [Ibiza](#). Mais tarde o chef de cozinha o ensinou a tradicional [culinária da Espanha](#). Adrià então tornou-se um expoente da chamada '[gastronomia molecular](#)' (outro sendo o chef britânico [Heston Blumenthal](#)), ousadamente experimentando com novas tecnologias e inesperadas texturas e sabores. O El Bulli fica aberto apenas de Abril a Setembro, já que Adrià passa os outros seis meses do ano aperfeiçoando receitas em seu laboratório/oficina, 'El Taller', em [Barcelona](#). Ele famoso por seu menu degustação de trinta pratos como uma síntese das artes.

Hoje ele é considerado um dos melhores chefs do mundo e figura como número 2 no *Ranking Europeu de Restaurantes*.

O El Bulli tem 3 estrelas no [Guia Michelin](#) e é considerado um dos melhores restaurantes do mundo. Em 2005 ficou em segundo lugar nos "Top 50" da revista "Restaurant", e conseguiu o primeiro lugar em 2006, desbancando [The Fat Duck](#) na [Inglaterra](#). www.elbulli.com

Ferran Adrià triunfa agora no 'design'



Duarte Calvão

Uma colher com furos, que permite, por exemplo, comer os cereais do pequeno-almoço apenas húmidos e não a nadar em leite. Ou uma outra colher que traz uma pinça especialmente pensada para retirar um alimento, cheirá-lo e só depois comê-lo...Foi com talheres e utensílios como este que o consagrado chefe catalão Ferran Adrià, juntamente com os *designers* Luki Huber e Antoni Arola, venceu recentemente o Lucky Strike, um dos principais prémios de *design* do mundo, atribuído em Berlim, já ganhou não por cozinheiros, mas sim por nomes como Philippe Starck, Donna Karan ou Karl Lagerfeld.

A colecção premiada chama-se Faces e pode já ser adquirida na famosa loja Vinçon, em Barcelona.

Conhecido pelo vanguardismo das suas criações culinárias no restaurante El Bulli, na costa catalã, Adrià sempre deu enorme importância ao "desenho" da comida, que muitas vezes exige talheres, pratos e utensílios especiais para ser bem apreciada. Daí a sua ligação ao suíço Luki Huber, que deu início ao projecto Faces em 2002 e passou um ano no Bulli para ver como lá se trabalhava e que utensílios poderiam ter aproveitamento comercial.

Outros *designers*, e empresas como a Claramunt & de Mas e Azúa & Moliné, foram integrados até chegar a esta colecção premiada que, além de outros talheres "normais", tem também loiças. Ao *El País*, Adrià salientou que o prémio mostra que não é necessária uma grande indústria para criar projectos como este, feito a partir de um restaurante. E já foi convidado para, no próximo ano, ir à Documenta de Kassel, na Alemanha, um dos principais eventos da arte contemporânea, para mais uma vez ir além dos limites da cozinha.

ANEXO C

*Adrià, um alquimista na cozinha**Por Pilar Perez-Hita, de Barcelona*

Pilar Perez-Hita



Em entrevista exclusiva ao Basilico, o chef mais badalado da atualidade conta como cria seus pratos, comenta seu novo livro e mostra as novidades do El Bulli para 2003

O chef Ferran Adrià

Personagem curioso, um misto de Peter Pan e alquimista, o catalão Ferran Adrià, 40 anos, é o cozinheiro mais badalado do momento. Suas criações no restaurante El Bulli, no litoral da Catalunha, são uma festa de cores e leveza.

Autodidata e irreverente, o chef conseguiu as 3 estrelas no prestigiado guia Michelin em 1997 à base da desconstrução de sabores e texturas, revolucionando a maneira de se considerar gastronomicamente elementos tão básicos quanto ovo e água do mar.

São exemplos de sua cozinha — apreciada por apenas 45 comensais por noite, entre os meses de abril e setembro — **caipirinha sólida, melão com presunto em forma líquida, pirulito com gosto de gaspacho**, *paella* em grãos servida em saquinhos de celofane e as famosas espumas (de caldo de galinha, sucos de fruta ou o que mais lhe interessar), feitas com gelatina quente (de alga resistente ao calor) e que prepara utilizando um sifão.

Pilar Perez-Hita

Toda essa criatividade consome 6 meses de pesquisas, boa parte delas executadas no El Taller, o centro nevrálgico do "fenômeno Adrià", seu atelier-laboratório instalado em um palacete do século 18, próximo ao principal mercado nas Ramblas, no coração de Barcelona. Além da cozinha, última palavra em tecnologia e sofisticação, o atelier conta ainda com biblioteca e uma capela em estilo gótico transformada em sala de reuniões. De lá, o chef conversou com o **Basilico** sobre seu processo

criativo e sobre **a monumental obra que está elaborando — prevista para estar completa**

daqui a 5 anos — e que reúne os 20 anos de vida do El Bulli sob seu comando (o restaurante existe desde 1957, e originalmente servia cozinha francesa).

O primeiro volume — "elBulli 1998-2002", lançado na Espanha no final de 2002 —, contempla o trabalho dos últimos 5 anos, que consolidou o estilo do chef.



Área externa do El Taller

Segundo Adrià, é o "**primeiro livro de um cozinheiro que explica a concepção de todas as receitas, a base de sua inspiração**", as influências, as razões das técnicas empregadas e sua emoção com os resultados". A obra inclui um CD com todas as receitas, catalogadas por ano (edições em inglês, francês, italiano e alemão estão previstas para meados de 2003).

Por sua ousadia, o chef, natural da cidade espanhola de L'Hospitalet de Llobregat (vizinha a Barcelona) e que **começou lavando pratos em restaurantes populares**, desperta paixões e alguns sentimentos não muito elevados. Mistura, com a mesma habilidade com que cria seus pratos, momentos de modéstia ("Minha opinião sobre um restaurante não serve para nada") e declarações de efeito. "Quando meus 3 livros estiverem prontos, muitos mudarão a maneira de falar sobre cozinha", sentencia Adrià. Mas, ao que tudo indica, ele pode se dar a esse luxo. Pois, como ele mesmo diz, "ser criativo e abrir caminhos não é nada fácil".

Veja a seguir a entrevista, as novidades no cardápio de 2003 e uma de suas receitas (*piña-colada*).

Entrevista

Pilar Perez-Hita



Os chefs Adrià e Castro

Basilico - Como é seu dia-a-dia no atelier?

Ferran Adrià - Diferente a cada dia. Aqui, nos dedicamos basicamente a dar entrevistas e a cozinhar, ou melhor, investigar. Chego às 9 da manhã e o único ritual diário é consultar a agenda. Não temos ajudantes, somos apenas 3 criadores: meu irmão, Albert Adrià (diretor do El Taller e chef-pâtissier), Oriol Castro (chef de cozinha) e eu. Às vezes, convidamos alguém para compartilhar a experiência de criar conosco, como Jordi Parra (importante chef espanhol, do restaurante Espaisucre).

Basilico — Como é seu processo de criação?

Adrià — Primeiro, buscamos uma idéia no trabalho diário, em viagens ou livros. Depois, procuramos desenvolvê-la. No atelier, nos preocupamos com idéias conceituais e técnicas, coisa que não é tão fácil quanto misturar ingredientes. Quando ela funciona, montamos o prato. Mas não trabalhamos de forma linear. Se tivéssemos o ano todo para criar seria mais fácil.

Basilico — Que critérios básicos você segue para levar adiante uma idéia?

Adrià — Basicamente 2: o contato físico com a comida, ou seja, ela deve ser realmente gostosa. E ser conceitualmente criativa, moderna. Eleger uma nova matéria-prima, por exemplo, é simples: se for gostosa, é séria candidata. Não é preciso ser um ingrediente exótico. Outro dia, experimentei uma pêra ótima. Pensei: há quanto tempo não crio nada com elas... Ou seja, a idéia surgiu porque a pêra estava deliciosa!

Basilico — Que resultado criativo mais surpreendeu você?

Adrià — As espumas. Foi uma revolução! Daqui a 10 anos será a coisa mais natural do mundo, inclusive para uso doméstico. Foi uma dessas idéias que as pessoas consideram malucas, mas, neste momento, há milhares utilizando o sifão como se usa o liquidificador.

Basilico — Em que proporção se combinam sensibilidade, intuição e técnica em sua concepção de cozinha?

Adrià — Qualidade do produto e técnica são obrigação de qualquer bom restaurante. Já sensibilidade não é uma qualidade obrigatória. Aliás, o que faz falta é sensibilidade e amor pelo que se faz.

Divulgação



Ravióli gelado de anis

Basilico — Que critérios você utiliza na montagem do prato?

Adrià — Apesar de ser a parte mais espontânea do processo, há algumas regrinhas: não enfeitar com ervas aromáticas sem ter porquê. Não abusar das apresentações verticais e, logicamente, tudo o que vier no prato deve ser comestível.

Basilico — Como se prepara o menu do El Bulli a cada ano?

Adrià — Intuitivamente. Não planejo nada. Nosso sistema de trabalho mudou bastante. Antigamente, o restaurante estava aberto o ano inteiro. Agora abrimos durante 6 meses, e somente para o jantar, pois percebemos que estávamos fazendo muita criação do tipo "Kleenex" — para usar e jogar fora. Por outro lado, se não fosse assim não teríamos desenvolvido tantas idéias e, talvez, tivéssemos ficado só com as espumas... Mas queremos aprofundar um pouco mais. Agora, cada menu permanece em vigor por mais tempo, talvez por 2 anos...

Basilico — Quando você percebeu que tinha feito algo realmente novo?

Adrià — Não sei se é realmente novo, mas lembro-me de uma codorna em escabeche que decidimos desossar para que não tivesse uma aparência tão feia... Isso foi em 1986 e só 16 anos depois vi uma empresa comercializá-la desta maneira.

Basilico — Fale um pouco de seus livros...

Adrià — Estes livros que estamos editando serão como um catálogo de todo o meu trabalho. A idéia é registrar minha evolução criativa na alta gastronomia para que, daqui a 50 anos, discutam-se os resultados objetivamente. Se algum dia tudo isto terminar, que fique a constatação de que foram feitas coisas muito importantes. Acreditamos que, dentro de 5 anos, quando os 3 livros estiverem prontos, muitos mudarão a maneira de falar sobre cozinha. Frank O. Gehry fez o Guggenheim de Bilbao, uma jóia da arquitetura, já com certa idade (e rodeado de uma equipe jovem). Ser realmente criativo e abrir caminhos não é nada fácil. A intenção sempre existe, mas quando se avalia objetivamente o trabalho executado ... Se vou continuar no mesmo nível, não sei dizer.

Divulgação

**Flutuante de coco e maracujá**

Basilico — Como você disse certa vez, é uma pena que os cozinheiros não tenham um prêmio Nobel...

Adrià — Foi uma maneira de dizer que a nós couberam as estrelas, e devemos lutar todo ano para não perdê-las.

Basilico — Conhece o Brasil? Pode citar alguns pratos?

Adrià — Estive no Rio 2 vezes. Lembro-me de ter comido frutas incríveis, e dos rodízios de carne, como o Porcão. Ah ! E a feijoada... É incrível que eu não conheça 10 pratos da cozinha brasileira, mas isso acontece com cozinheiros do mundo inteiro... Isso mostra que, por mais que eu entenda de cozinha, continuo sem cultura gastronômica suficiente.

Basilico — E você, quando vai a algum restaurante?

Adrià — Escolho os lugares. Mas sou uma pessoa normal, minha opinião não serve para nada... Se digo a alguém o que está ou não bem feito, é subjetivo. É como entrar no mundo dos vinhos. Fazer uma carta de vinhos? Pois que a prova seja às cegas, sem nada que possa influenciar a escolha. Com a comida é igual. Além do mais, existem os senhores críticos gastronômicos, que estão aí pra isso...

Raio-X

Hobby: cinema, leituras e viagens.

Livro: "O Perfume" e "Fisiologia do Gosto". Neste último, é importante saber que há 200 anos já tinham feito muita coisa relacionada à gastronomia antes que estivéssemos aqui.

Filme: "A Festa de Babete".

Música: Rolling Stones, samba, música clássica e flamenca.

Caipirinha: tem no meu livro uma batida de coco. Tomei várias no Brasil. É uma bebida que me dá pique, talvez porque me faça lembrar o Rio.

Livros publicados: "O Sabor do Mediterrâneo" (1993), "Os Segredos do El Bulli" (1998), "Celebrar El Milenio con Arzak, Adrià 2000-2001", de Juan Mari Arzak y Ferran Adrià, entre outros.

Outras atividades: tem um serviço de bufê em Madri e Barcelona; é consultor dos restaurantes La Terraza e Recoletos, no Cassino de Madri; mantém seu segundo restaurante, La Alquería, no hotel Hacienda Benazuza, em Sanlúcar la Mayor, Sevilha, do qual é sócio; e criador do Espesso, o café sólido, em parceria com a Lavazza.

O cardápio do El Bulli em 2003

....Chá de rosas ao gengibre, mel e pêssago
 rolo crocante de abacaxi e azeitonas pretas
 frigideira de manga, pistache e yuzu (tipo de limão japônês)
 avelã em texturas
 creme de amendoim com torradas
 tempura de limão com alcaçuz
 biscoito fino de framboesa

caviar de maçã
 envelopinhos de pele de frango à flor de laranjeira
 gelatina de tangerina
 ravióli de ervilhas com ervilhas ao hortelã
 barbatana de tubarão
 crepes de leite ao azeite de avelã
 ar de cenoura com coco amargo
 massa-brioche
 desfiado de *amanti* com fita ibérica e nêspira assada
 alcachofras com azeite de abóbora e concentrado de tangerina
morilles com *praliné* de pinhões e laranja sanguínea
 lagostim ao chá-verde e gergelim preto
 ostras com trufas de flor de sabugueiro
 barriga de salmão com gelatina de especiarias e ervas aromáticas
 canelone de trufa de verão com tutano e miolos de coelho
 mangustão com *wasabi*, ar de rosas e rúcula
 ovos de codorna 63°15' com bala de caramelo
 e mil folhas de manga com café, banana e baunilha e sorvete de maracujá

Preço: 135 €

Onde encontrar Ferran Adrià

El Bulli

Cala Montjoi, ap. 3D, Roses, Girona, Espanha
 Tel. 00xx34/972 15 0457

El Taller

Puerta Ferrisa, 7-9, pral. 2ªA, Barcelona, Espanha
 Tel. 00xx34/932 70 3700

Receita: [Piña-colada](#)



Pilar Perez-Hita mora em Barcelona há mais de 20 anos, é cozinheira e proprietária do bufê Tête-à-Tête, especializado em cozinha étnica e kasher.

Publicada em: 15/05/2003

ANEXO D

Poesias :

A Dietética Histórica

Aos passos frágeis da humanidade percebemos os sabores eclodir
 aos passos sangrentos da humanidade sofremos as perdas mas valorizamos
 as garfadas familiares
 aos passos e descompassos enxergamos a historia do homem e suas
 imposições....
 a boa mesa sinal de confraternizações, de decisões, de especulações, de poder

numa simples garfada o império ...
 e com mais uma o hemisfério...

o banquete deixa latente o domínio
 a rapidez a mesa contradiz nossa evolução
 e nos deixam assim no âmbito insólito da percepção

Ligamos a televisão...
 e dormimos felizes com mais um prato de macarrão
 esperando que o sonho de liberdade seja mais que um prato de alface

 A Constantinopla...
 Índias pra que?

A nevoa sucumbia o mal trajado
 Constantinopla e seus mercados...
 Viva! Viva! Sabores por todos os lados

tantas línguas que se perdiam ,

tantas léguas se fundiam
 os odores
 os sabores
 os rumores
 os amores aconteciam
 os horrores apareciam
 a peste reinava entre a nos moscada e a mostarda
 quase nada sobrava

e a língua dos homens era a da ambição
 como se alcançar tamanha satisfação?

Eis a navegação!

Manjar dos Deuses

Que venha a perdiz! Por um triz não morre...
 me socorra imperatriz que te faco feliz

Seu festim diabólico deixo a Hitchcock
 seu consome deixo a você

imperatriz não seja infeliz
 não seja insolente
 s'o acorde
 e lembre de antigamente

dos manjares de deuses te fiz mais bela
 pintada na Renascença
 exposta no Michellin com tamanha irreverência

não se esqueça da perdiz que agora morre por um triz
 viu sua gloria

ah imperatriz foi você quem quis
 gelada chego em seu prato principal com gosto de derrota

Novo Menu *Drive-Thru*

Entrada: engatar a primeira
 Prato principal: 1,2,3 ou 4 - engate a segunda...
 PARE!
 Sobremesa: cartão ou dinheiro?
 Eis a refeição do Séc. XXI

"Felizes foram aqueles com o hábito de comer. Para nós restou o ócio e a obesidade".

Ana Carolina Paulino Mattos
Abril/2007